

「第5期消費者基本計画(素案)」に関する意見

公益社団法人消費者関連専門家会議
提出:2025年1月22日

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選 択してください。)			意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行 につき1意見を記載してください。)
						ページ 番号	行 番号	章	
1	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					3	17	第1章	今後ますます全ての年代においてインターネット・SNS利用の普及・ 進展が想定される中、これまで以上に、最新の消費者トラブルに関す る情報をインターネットやSNSを通じて迅速かつ的確に提供し、消費 者トラブルの予防・未然防止を図る必要がある。消費者政策のパラ ダイムシフトとして、デジタル化を前提にした政策の転換が求められる。 具体的には、SNSやプラットフォーム事業者と連携して注意喚起 を行う体制の構築や、高齢者やデジタル弱者に向けたアクセス支援 の強化を進めるべきである。これにより、全ての年代が安心してイン ターネットを利用できる環境整備を図ることが重要である。
2	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					6	25	第1章	訪日外国人旅行者の増加に伴い、地域住民とのトラブルや、特定地 域での物価や家賃の高騰といった課題が散見される。報告書におい ては、訪日旅行者の消費拡大のメリットだけでなく、こうした影響を適 切に取り上げるべきである。特に、地域住民と訪日旅行者の共存を 図るための対策として、訪日旅行者向けの行動ガイドラインの周知 や、多言語対応の相談窓口の設置、さらに、地域の観光インフラ整 備を推進する施策が求められると考える。
3	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					8	9	第1章	今後ますます全ての年代においてインターネット・SNSがコミュニケー ションツールとして普及・進展することが想定される中、地域コミュニ ティの補完・維持や消費者支援の観点から、これらを行政と消費者を つなぐ効果的なツールとして活用する仕組みが必要である。消費者 政策のパラダイムシフトとして、デジタル技術を活用した双方向の情 報共有体制を構築し、特に高齢者や配慮を要する消費者が安心して 利用できる支援策を整備するべきである。これにより、安全・安心な 消費行動を支える新しい社会基盤の構築が期待される。

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選 択してください。)			
4	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					10	17	第1章	意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行 個々の消費者と企業との消費者対応をはじめとした、消費者と企業 のコミュニケーションを通じて、消費者と企業の共創・協働を図ること が重要である。そのため、当社としても企業や団体の消費者関連部 門の責任者や担当者が業種を超えて集う公益社団法人として、積極 的に関与していきたい。具体的には、企業に対して消費者志向経営 を推進するための情報共有や連携の場を提供していく。また優良事 例の周知・普及活動を推進していきたい。これらを通じて、消費者と 事業者が共存共栄する関係構築に寄与したいと考える。
5	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					16	30	第2章	消費者力について、報告書では、『気づく力、断る力、相談する力、周 囲に働きかける力』と定義しているが、より明確にするために主語や 目的語を加えてはどうか。 「消費者力」とは、消費者が自らの消費行動において被害を未然に 防ぎ、より良い社会形成に貢献するために必要な能力を指す。この 能力は、「気づく力」(問題やリスクを認識する力)、「断る力」(不適切 な提案や契約を拒否する力)、「相談する力」(困難に直面した際に適 切な支援を求める力)、「周囲に働きかける力」(他者や社会に対して 改善を促す力)の4つから構成される。 この力を体系的かつ継続的に育成するためには、消費者教育がライ フステージに応じて提供され、消費者が主体的に学び、考え、行動す る機運を醸成する必要がある。また、これらの能力を実践すること で、消費者は自立的な意思決定を行い、より良い市場や社会の発展 に積極的に関与できるようになる。

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選択してください。)		意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行	
6	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					18	2	第2章	「②持続可能な消費と生産の実現」として「消費者志向経営」が推進される旨記載があるが、「消費者志向経営」の自主宣言は、事業者の自主的な判断によるものである。そのため、「本計画期間中の目標」として「消費者志向経営自主宣言事業者数が増加する」と設定するのではなく、「消費者志向経営自主宣言への関心が高まる」と設定すべきである。さらに、関心を高める具体的施策として、認証制度の活用や事業者にとっての具体的なメリットを提供する仕組みを検討し、事業者の自主宣言が単なる数値目標に留まらない形で推進することが重要である。
7	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					19	15	第2章	カスタマーハラスメント対策については社会問題化している現状をふまえ、さらなる措置が必要である。 まず、カスタマーハラスメント行為を法令や条例で明確に禁止し、消費者への認識浸透を図るべきである。 また、事業者には、従業員のメンタルケア体制を整備する義務が求められる。具体的には、ストレスチェックや専門カウンセラーの配置、対応マニュアルの整備、速やかな報告と支援を受けられる仕組みを導入すべきである。 さらに、良質な商品や健全なサービス提供を維持するためには、行政も消費者への積極的な啓発を行う必要がある。消費者がハラスメント行為を許容されない行為として認識し、自らの行動を振り返る契機となるよう、社会全体に働きかける啓発活動を強化すべきである。 これにより、事業者に対する対策の一方通行ではなく、消費者と事業者が共存し協力できる環境の整備が可能となる。
8	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					21	13	第2章	「人口減少に伴う行政サービスの需給逼迫を踏まえ、」との記載があるが、事業者における苦情処理の体制整備に加え、行政も主体的にデジタル技術を活用し、2040年を待つことなく、持続可能な相談体制を早急に構築すべきである。具体的には、AIチャットボットや音声認識システムの導入、多言語対応の強化、オンライン相談窓口の充実を進め、人口減少下でも迅速かつ高品質な相談対応が可能な仕組みを整える必要がある。

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選 択してください。)			
9	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					25	1	第3章	意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行 「2026年度にPIO-NETの新システムに円滑に移行することを最優先 とし、」との記載があるが、PIO-NETのデータ分析にAIを導入し、相談 内容のトレンド分析や予測を効率化する仕組みを検討いただきたい。 これにより、地域ごとの課題や新たなトラブル傾向を迅速に把握 し、効果的な対策を講じることが可能となる。また、AI分析結果を活 用した政策立案支援や相談員の業務負担軽減にも寄与する仕組み の整備を期待したい。
10	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					26	1	第3章	事業者が消費者教育に貢献することは、消費者志向経営を実践する うえで重要である。事業者は、自社製品やサービスの利用方法やリ スク、社会への影響を分かりやすく伝える教材を提供し、消費者の理 解を促進すべきである。また、地域社会や教育機関と連携し、出前講 座やワークショップを実施することで、消費者の意思決定力を育てる 役割を担うべきである。 行政は、教材の標準化や優良事例の共有を進め、事業者の取り組 みを支援する体制を整備すべきである。これにより、消費者志向経営 がさらに実効性のあるものとなり、持続可能な社会の実現に寄与す る。
11	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					26	1	第3章	報告書において、消費者教育の観点から気候変動や環境負荷低減 に関する具体的な取り組みが不足している点が懸念される。カーボ ンニュートラルや生物多様性を意識した消費行動を促進するために、 消費者への啓発活動は重要である。特に、省エネや地産地消といっ た地道な取り組みについて、消費者が日常的に実践できる方法を示 し、具体的な行動を促すことが求められる。また、「みどりの食料シス テム戦略」などの施策と連携し、消費者に対して環境に配慮した選択 肢を提供することが、持続可能な社会の実現に繋がると考える。

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選択してください。)			意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行 事業者における持続可能な社会の形成に取り組むトップランナーに 対する「優良表彰」との記載があるが、これを通じて消費者と事業者 の共存共栄の関係を一層強化する仕組みを検討いただきたい。具体的 には、表彰企業の取り組みをわかりやすく紹介する特設ウェブサイ トの開設、消費者が参加できる表彰企業の製品・サービス体験イベ ントの開催、または地域ごとの取り組みをまとめたガイドブックの作 成・配布など、消費者との接点を増やし、持続可能な社会形成の意 識を広める取り組みを期待する。
12	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					28	8	第3章	事業者における持続可能な社会の形成に取り組むトップランナーに 対する「優良表彰」との記載があるが、これを通じて消費者と事業者 の共存共栄の関係を一層強化する仕組みを検討いただきたい。具体的 には、表彰企業の取り組みをわかりやすく紹介する特設ウェブサイ トの開設、消費者が参加できる表彰企業の製品・サービス体験イベ ントの開催、または地域ごとの取り組みをまとめたガイドブックの作 成・配布など、消費者との接点を増やし、持続可能な社会形成の意 識を広める取り組みを期待する。
13	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					31	5	第3章	自動運転の社会実装を進めるにあたり、運行管理責任、製造物責 任、事故時の損害賠償責任の議論を進めると同時に、サイバーセ キュリティの強化が不可欠である。現状のGPS機能でサイバーテロを 防ぐ能力には限界があり、より高度な安全対策の検討が必要であ る。 また、技術革新や制度整備に加え、消費者への正しい活用方法の啓 発・教育も重要である。自動運転車の利活用においては、現在の運 転支援機能同様、走行中の安全確保の主体は運転者にあることを 明確に伝えるべきである。地域住民向け説明会や情報提供を通じ て、自動運転技術への理解を深め、消費者が自らの役割を自覚す ることが、安全で信頼される自動運転社会の実現につながると考える。
14	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					33	21	第3章	金融リテラシーの確保に向け、事業者は従業員向け消費者教育研 修の実施や、金融商品のリスクや特徴を正しく理解させるための教 材や説明会の提供を積極的に行うべきである。また、行政は、学校 や地域での消費者教育において活用可能な標準教材の提供や、 ウェブサイトやSNSを通じた注意喚起情報の共有を強化し、地域間で の事例共有を支援する体制を整備すべきである。

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選 択してください。)			
15	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					37	2	第4章	意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行 消費者教育の推進において、事業者は自社製品やサービスに関するわかりやすい情報提供を行うとともに、地域や学校と連携して消費者教育プログラムや出前講座を実施することが必要である。これにより、消費者が権利と責任を理解し、合理的な意思決定ができる力を育むことが可能となる。また、消費者志向経営の推進とも連動し、消費者と双方向のコミュニケーションを通じて、商品やサービスの質を向上させることが期待される。 一方で、行政は事業者や地域の取り組みを支援するため、教育プログラムの標準化や事例の共有を進め、学校や地域での消費者教育が円滑に実施される環境を整備すべきである。これらの連携を通じて、消費者教育の普及と消費者志向経営の推進を一体的に進め、消費者被害の未然防止に寄与すべきである。
16	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					37	27	第4章	エシカル消費の推進に向け、事業者は消費者志向経営の観点から、環境や社会に配慮した商品・サービスを開発・提供し、それらの特長を消費者に分かりやすく伝える情報提供を強化することが期待される。また、エシカルな選択を促すキャンペーンや取り組みを積極的に実施し、消費者の関心を高めることが求められる。 行政は、消費者志向自主宣言事業者への具体的な支援として、優良事例の共有や表彰制度を拡充し、取組の意義を広く発信すべきである。これにより、事業者の取り組みが高度化し、消費者の行動変容が促進され、持続可能な社会の実現に寄与することが期待される。

意見 No.	氏名 ・ 法人名	任意 (差し支えない範囲で御記入ください。)				意見			
		郵便番号	住所	電話番号	メールアドレス	計画(案)対象箇所 (プルダウンリストから選択してください。)		意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行)	
17	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					37	32	第4章	<p>カスタマーハラスメント対策に向け、事業者は従業員を保護するため、対応マニュアルの整備や相談窓口の設置、定期的なメンタルケアの実施を進めるべきである。特に、対応基準や手順を明確化した標準的な対策モデルとして、悪質な行為への具体的な対応フローや相談内容の記録方法を示すことが有効である。</p> <p>行政は、事業者への支援としてこのような標準モデルを提供するとともに、消費者への啓発を強化し、適切な意見の伝え方や権利と責任の重要性を広く周知すべきである。また、悪質なカスタマーハラスメント行為を防ぐための法令や条例の整備を進め、事業者と従業員が安心して働ける環境を確保することが必要である。</p> <p>消費者は、ハラスメント行為が社会全体に悪影響を及ぼすことを認識し、責任ある行動を取ることが求められる。これらの取り組みを通じて、消費者と事業者の健全な関係構築を目指すべきである。</p>
18	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					39	1	第4章	<p>緊急時における消費行動の変化に関して、南海トラフ地震やその他の自然災害への備えは非常に重要であり、これらのリスクに対応するための施策は優先度が高いと考える。特に、消費者と事業者の自律的な行動を促すための教育や支援が不可欠である。消費者庁や気象庁の予算が限られている現状を踏まえ、緊急時対応に必要な予算やリソースの強化を図り、より効果的な施策を講じるべきである。また、緊急時の消費行動に関する啓発活動を通じて、事前準備や迅速な対応を促進することが、被害の軽減に繋がると考える。</p>
19	消費者関連 専門家会議 (ACAP)					43	26	第4章	<p>「消費者が信頼できる公正な環境の下、商品・サービスにおいて自主的かつ合理的な選択の機会が確保されることは消費者の権利の一つであり、消費者政策の基本理念」との記載があるが、「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」および「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」の着実な施行・運用を通じて、デジタル市場における事業者の公正な競争環境が確保され、消費者の多様なサービス選択の機会が拡大されることを強く期待する。</p>